

PENERAPAN STRATEGI KOMUNIKASI PADA “PLIK NANGGULAN 2”

THE IMPLEMENTATION OF COMMUNICATION STRATEGY IN "PLIK NANGGULAN 2"

Emmy Poentarie

Peneliti Komunikasi dan Media Balai Pengkajian dan Pengembangan Komunikasi
dan Informatika Yogyakarta Jln. Imogiri Barat Km. 5, Telp/Faks. 0274-375253 Yogyakarta.
(Naskah diterima melalui email tanggal 16 September, dikoreksi mitra bestari 4 Oktober 2013,
revisi November 2013, disetujui terbit Desember 2013)

ABSTRACT

This research was motivated by the existence of the phenomenon of few villagers who used the internet facility in the target villages USO program. This research focused on the problem: of what communication strategies was in the implementation of the USO program "PLIK Nanggulan 2" in Kulonprogo Regency, Yogyakarta Special Region. The method used in this research was a case study. This research showed that strategy implemented by PLIK "Nanggulan 2" in the implementation of USO program related to communication goal determination; audience segmentation; arrangement and method of message delivering; media selection; and communicator's role. In the term of communication goal determination, PLIK Nanggulan 2 divided their goal into four, to inform; to build awareness; to persuade and to educate society; and to try to facilitate local community participation. Regarding audience segmentation, main target was students (active supporter). Second priority was farmer/peasant and breeder in the productive age. Arrangement and method of message delivering referred to both side issue, delivering not only positive issue but also negative ones. Pertaining Method of message delivering, PLIK Nanggulan 2 conducted method of canalizing, that is by involving local volunteers and village official.

Keywords : *Communication Strategy; USO; PLIK.*

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh adanya fenomena masih sedikitnya masyarakat desa yang memanfaatkan fasilitas internet yang telah tersedia di desa sasaran program USO. Permasalahannya difokuskan pada Bagaimana strategi komunikasi dalam implementasi program USO pada “PLIK Nanggulan 2” di Kabupaten Kulonprogo, Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. Metode yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah studi kasus. Hasil penelitian menunjukkan Strategi yang diterapkan PLIK “Nanggulan 2” dalam pengimplementasian program USO berkaitan dengan persoalan penentuan tujuan komunikasi; segmentasi khalayak; penyusunan dan metode penyampaian pesan; pemilihan media; dan peranan komunikator. Berkaitan dengan penentuan tujuan komunikasi, PLIK Nanggulan 2 menetapkan tujuan mereka ke dalam empat formasi, yaitu menginformasikan; menumbuhkan kesadaran; mengajak dan mendidik masyarakat; dan berupaya memelihara partisipasi masyarakat setempat secara berkelanjutan. Mengenai segmentasi khalayak, sasaran utamanya para pelajar (pendukung aktif). Prioritas keduanya para petani dan peternak yang masih berusia produktif dan belum familiar terhadap akses internet. Menyangkut penyusunan dan metode penyampaian pesan, terkait dengan penyusunan, dilakukan dengan mengacu pada sifat *both side issue* di mana tidak hanya hal-hal positif saja yang disampaikan, tetapi hal-hal yang sifatnya negatif juga disampaikan. Sementara terkait dengan metode penyampaian pesan, PLIK Nanggulan 2 melakukannya dengan menerapkan metode *canalizing* dengan cara menerjunkan para relawan lokal dan perangkat desa seperti para Duku.

Kata kunci: *Strategi komunikasi; USO; PLIK.*

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan salah satu negara yang ikut menyepakati Deklarasi WSIS (*World Summit on the Information Society*) Jeneva 2003 Tunis 2005. Dalam kesepakatan tersebut, pembangunan informasi dan komunikasi diarahkan untuk mencapai suatu tatanan global yang disebut sebagai masyarakat informasi. Inti kesepakatan WSIS adalah menekankan peranan penting teknologi informasi dan komunikasi sebagai salah satu pilar menuju masyarakat informasi.

Target WSIS itu menjadi mandat bagi setiap negara yang ambil bagian dalam program tersebut, termasuk Indonesia. Oleh karena itu, untuk merealisasikan kesepakatan tersebut serta upaya untuk mengurangi *digital divide* di tanah air, sekaligus sebagai upaya untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat perdesaan, pemerintah, melalui Kementerian Kominfo telah menyanangkan program *Universal Service Obligation* (USO) atau Kewajiban Pelayanan Universal dengan menyediakan sarana telekomunikasi di daerah. Pencanangan program tersebut dituangkan dalam Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika Nomor 32/PER/M.KOMINFO/11/2008 tentang Kewajiban Pelayanan Universal (KPU) Telekomunikasi atau *Universal Service Obligation* (USO).

Beberapa program untuk mengatasi kesenjangan TIK yang dikembangkan oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika antara lain: *Pertama*, Desa Punya Internet (Desa Pinter). *Kedua*, Pusat Layanan Internet Kecamatan (PLIK). *Ketiga*, Mobile PLIK (MPLIK). Oleh karenanya, program USO tersebut diharapkan menjadi salah satu terobosan untuk menghilangkan kesenjangan informasi dan kesenjangan tingkat kesejahteraan antara masyarakat di wilayah perkotaan dengan masyarakat perdesaan.

Namun demikian implementasi program USO menghadapi realita yang cukup memprihatinkan. Hasil penelitian yang dilakukan oleh BPPKI tahun 2010 terhadap Desa Pinter serta yang dilakukan oleh lembaga lain menunjukkan, implementasi program Desa Pinter masih jauh dari harapan. Masih sedikit masyarakat desa yang memanfaatkan fasilitas internet yang telah tersedia di desa sasaran program USO. Kondisi semacam ini disebabkan antara lain kurangnya sosialisasi, tidak adanya koordinasi, serta masalah yang terkait dengan SDM pengelola dan masyarakat.

Keberhasilan program USO tidak saja ditentukan oleh terbangunnya infrastruktur sistem telekomunikasi, tetapi juga dipengaruhi oleh fasilitas yang telah tersedia dimanfaatkan oleh masyarakat di seputar sasaran USO. Hal ini menjadikan perlu adanya upaya mendorong masyarakat desa memanfaatkan segala fasilitas sarana informasi dan komunikasi yang telah tersedia. Untuk itu diperlukan suatu strategi komunikasi agar program USO berjalan sebagaimana yang diharapkan. Hal ini menjadi penting karena melalui strategi komunikasi yang tepat, diharapkan akan mendorong masyarakat memanfaatkan internet untuk mengakses informasi yang dibutuhkan.

Pusat Layanan Internet Kecamatan (PLIK) merupakan salah satu program USO, berdasarkan pada Peraturan Menteri Kominfo No. 48/PER/M.KOMINFO/11/2009 dan Peraturan Menteri Kominfo No. 19/PER/M.KOMINFO/12/2010. Penyediaan layanan akses internet di wilayah kecamatan bertujuan dalam rangka menuju masyarakat cerdas dan informatif. Salah satu Pusat Layanan Internet Kecamatan (PLIK) yang dinilai berhasil adalah "PLIK Nanggulan 2" di desa Banyuroto Kecamatan Nanggulan Kabupaten Kulon Progo, Daerah Istimewa Yogyakarta. Indikator keberhasilan PLIK tersebut adalah pada tanggal 5 Desember 2011 memperoleh penghargaan berupa penganugerahan *USO Award* 2011 dari Kementerian Kominfo, sebagai salah satu PLIK terbaik di Indonesia. Atas dasar tersebut di atas, maka hal ini menarik untuk diteliti, karena terobosan yang dilakukan oleh "PLIK Nanggulan 2" dalam upaya mendorong masyarakat untuk memanfaatkan fasilitas USO, jarang dilakukan di tempat lain.

Berdasarkan latar belakang di atas maka perumusan permasalahan dalam penelitian ini adalah bagaimana strategi komunikasi dalam implementasi program USO pada "PLIK Nanggulan 2" di Kabupaten Kulon Progo, Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi komunikasi dalam implementasi program USO pada "PLIK Nanggulan 2" di Kabupaten Kulonprogo, Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. Adapun manfaat dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan yang berguna bagi penyempurnaan pelaksanaan program USO Kementerian Komunikasi dan Informatika di daerah, terutama berkaitan dengan pengembangan PLIK.

Penelitian sejenis terkait dengan Pusat Layanan TIK/telesenter pernah dilakukan Gnaniyah *et.al* (2004) dalam upaya mensukseskan program *telecenter* yang dicanangkan pemerintah Malaysia. Penelitian yang dilakukan di Long Bedian Malaysia dengan sampel 186 responden yang dilakukan secara random. Hasilnya menunjukkan bahwa saluran komunikasi yang efektif bagi masyarakat Long Bedian adalah melalui komunikasi langsung tatap-muka (89,8%) dan pertemuan atau forum komunitas (84,5%). Forum komunitas ini mempunyai kontribusi yang signifikan terhadap keberhasilan program *telecenter*. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah: penelitian terdahulu menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei, pada penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus.

Adapun konsep teoretik strategi komunikasi dijabarkan sebagai berikut. Hallahan *et al.* (2007, 7) mendefinisikan strategi komunikasi sebagai "penggunaan tujuan komunikasi oleh organisasi untuk memenuhi misinya". Menurut Hawamdeh (2004,15) ada tiga komponen penting dalam strategi komunikasi: (1) *stakeholder* (pemangku kepentingan); (2) pesan perubahan; dan (3) saluran untuk menyampaikan pesan. Berdasarkan uraian di atas dapat dikatakan bahwa strategi komunikasi pada hakikatnya adalah suatu perencanaan komunikasi dalam rangka mencapai suatu tujuan yang telah ditetapkan, melalui pola tindakan nyata yang diimplementasikan.

Strategi komunikasi menurut Pace (2006) memiliki tiga tujuan utama, yaitu: (a) Menciptakan pemahaman; (b) Membina penerimaan; dan (c) Memotivasikan kegiatan. Ada 4 (empat faktor) yang perlu diperhatikan dalam strategi komunikasi meliputi: (a) Menentukan tujuan komunikasi, (b) Menganalisis *audience*, (c) Mendiagnosis situasi manajemen, (d) Menentukan komunikator. Keempat faktor tersebut berhubungan terhadap faktor desain strategi yang terdiri atas pengemasan pesan dan pemilihan media. Arifin (1984,70) menyebutkan bahwa dalam merumuskan strategi komunikasi terdapat 5 (lima) faktor yang harus diperhatikan, yakni: (1) Mengetahui khalayak; (2) Menyusun pesan; (3) Menetapkan metode; (4) Penggunaan media; dan (5) Peranan komunikator.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, tergolong dalam bentuk studi kasus. Menurut Robert K. Yin (2003,18) studi kasus sebagai suatu penelitian empiris yang menyelidiki fenomena dalam konteks kehidupan nyata, bilamana batas-batas antara fenomena dengan konteks tidak tampak dengan tegas dan di mana multi sumber bukti digunakan. Metode ini dianggap oleh peneliti tepat untuk mengkaji permasalahan karena permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini merupakan suatu fenomena yang unik. Terobosan yang dilakukan oleh pengelola PLIK Nanggulan 2, merupakan suatu langkah yang langka, karena jarang dilakukan oleh pengelola PLIK lainnya.

Teknik yang digunakan untuk pengumpulan data pada penelitian ini meliputi: (a) Wawancara mendalam (*in-depth interview*) dengan pengelola PLIK dan pihak-pihak yang terkait dengan penelitian ini seperti Kepala Desa Banyuroto, Dukuh Angin-Angin, Dukuh Brangkal serta warga masyarakat pengguna PLIK. (b) Dokumentasi dan kepustakaan. (c) Observasi langsung terhadap obyek, yakni "PLIK Nanggulan 2", terutama yang berkaitan dengan mekanisme penyelenggaraan pelayanan akses internet.

Data penelitian ini dianalisis dengan pendekatan kualitatif, berdasarkan model Miles and Huberman (Sugiyono 2007, 246) yakni (a) Pengumpulan data/informasi melalui wawancara mendalam dengan informan maupun observasi langsung terhadap "PLIK Nanggulan 2"; (b) Reduksi data, yakni merangkum, memilah hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting; (c) Penampilan data disajikan dalam bentuk teks yang bersifat naratif; dan (d) Penarikan kesimpulan.

PEMBAHASAN

A. PLIK Nanggulan 2

"PLIK Nanggulan 2" merupakan salah satu Pusat Layanan Internet Kecamatan (PLIK) beralamat di Jalan Wates-Sribit, KM 7 Desa Banyuroto, Kecamatan Nanggulan Kabupaten Kulonprogo, Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. PLIK tersebut mempunyai *website* yang beralamat di <http://www.pliknanggulan2.blogspot.com>. PLIK ini dikelola oleh salah seorang warga Desa Banyuroto bernama Sutrisno Hadi. "PLIK Nanggulan 2" diresmikan secara maya oleh Menteri Koinfo Tifatul Sembiring dari Prambanan melalui *teleconference* pada 26 Maret 2011. Sedangkan peresmian dan edukasi publik PLIK dilakukan pada tanggal 13 Agustus 2011 oleh Roy Suryo. Jumlah staf pengelola "PLIK Nanggulan 2" sebanyak 3 (tiga) orang yang meliputi: staf penuh waktu 1 orang, staf paruh waktu 2 orang. Dengan kualifikasi keahlian bidang ICT 1 (satu) orang yakni pemilik PLIK tersebut. "PLIK Nanggulan 2" pada tanggal 5 Desember 2011 memperoleh penghargaan berupa penganugerahan USO Award 2011, sebagai PLIK terbaik di Indonesia.

"PLIK Nanggulan 2" mendapatkan bantuan peralatan standar yang meliputi: 1 (satu) server, 5 (lima) komputer beserta internet *connections*, 1 (satu) kamera digital, 1 (satu) printer, 1 (satu) *scanner*, 2 (dua) papan pengumuman, 1 (satu) tower dan radio *link*, 1 (satu) UPS, dan 1 (satu) kipas angin. Peralatan tadi masih dilengkapi dengan *software* pendukung, box terminal hubungan & instalasi serta box panel listrik. Sebagaimana PLIK lainnya, di "PLIK Nanggulan 2" memiliki kecepatan akses yang sampai saat ini berkisar antara 256 Kbps hingga 512 Kbps untuk *download* dan 128 Kbps untuk *upload*. Sebagaimana ketentuan yang ada bahwa masyarakat yang ingin menggunakan fasilitas internet di PLIK ini dikenai biaya Rp 2.000 per jam.

Di samping layanan akses internet, “PLIK Nanggulan 2” juga menyediakan layanan lain berupa: *word processing*, jasa pengetikan, cetak, penjualan pulsa, serta pembayaran listrik. “PLIK Nanggulan 2” juga menyediakan layanan *hotspot*, bagi masyarakat yang ingin menggunakan layanan ini disediakan *voucher* dengan harga mulai Rp 10.000. Adapun layanan yang sering dipergunakan oleh pengunjung adalah akses internet serta cetak (*printout*).

B. Strategi Komunikasi Dalam Implementasi Program USO

Untuk menganalisis kasus ini menggunakan konsep teoritik strategi komunikasi, di mana strategi komunikasi dibutuhkan dalam implementasi program USO di daerah. Strategi komunikasi dalam kasus ini meliputi proses perencanaan komunikasi, pelaksanaan program dan pengevaluasian. Secara umum langkah-langkah perencanaan dalam komunikasi meliputi penetapan tujuan, segmentasi khalayak, penyusunan pesan, penetapan metode penyampaian pesan, pemilihan media serta peran komunikator. Temuan penelitian ini sebagai berikut:

Menentukan Tujuan Komunikasi

Proses komunikasi dimulai ketika tujuan untuk berkomunikasi tersebut telah ditentukan. Prinsip dari tujuan berkomunikasi adalah untuk menginformasikan atau mendapatkan informasi, mempengaruhi sikap dan mempengaruhi tindakan yang dilakukan secara persuasif. Terkait dengan program USO, bahwa pembangunan sarana Pusat Layanan Internet Kecamatan (PLIK) di perdesaan pada dasarnya adalah upaya untuk mengatasi kesenjangan digital dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat di perdesaan. Dengan demikian pembangunan PLIK menuntut setiap pihak dalam masyarakat setempat untuk ikut berpartisipasi baik dalam pemberian masukan, pelaksanaan dan pemanfaatan hasil yang akan diperoleh. Untuk itu komunikasi antar pihak-pihak yang terlibat di dalamnya sangat diperlukan.

Komunikasi ini tidak hanya menyampaikan pesan-pesan atau memasyarakatkan program PLIK tetapi juga menumbuhkan partisipasi semua pihak sesuai dengan kedudukan dan fungsinya masing-masing untuk melibatkan diri secara aktif dalam proses implementasi program PLIK di Desa Banyuroto, Kecamatan Nanggulan. Penuturan pengelola PLIK Nanggulan 2 sebagai berikut:

“...semua kegiatan yang berhubungan dengan PLIK kami koordinasikan dengan pemerintah Desa seperti kepala Desa, dukuh, maupun para relawan. Mereka membantu kami dalam sosialisasi maupun pelatihan yang kami selenggarakan...”. (Sutrisno Hadi, 5-7-2012).

Penuturan di atas menunjukkan bahwa PLIK Nanggulan 2 tergolong kategori PLIK yang mandiri. Namun, dalam implementasinya, para pengelola tetap melibatkan pemerintah desa maupun komponen masyarakat desa setempat. Hal tersebut diperkuat dengan pernyataan Kepada Desa Banyuroto sebagai berikut:

“ya saya selaku kepala desa di sini sejak awal dilibatkan, ya seperti waktu peresmian PLIK di rumahnya mas Sutrisno oleh pak Menteri Tifatul melalui internet apa itu namanya..ya...ya teleconference. Waktu peresmian edukasi PLIK oleh siapa itu ya..ya Roy Suryo saya juga diundang....” (Suroso, 7-7-2012).

Tujuan komunikasi secara umum adalah untuk mencapai sejumlah perubahan seperti, perubahan pengetahuan (*knowledge change*), perubahan sikap (*attitude change*), perubahan perilaku (*behaviour change*) dan perubahan masyarakat (*social change*). Berdasarkan hasil temuan menunjukkan bahwa pengelola “PLIK Nanggulan 2” telah menentukan tujuan komunikasi yang meliputi : (1) Menginformasikan kepada khalayak tentang program USO berupa PLIK. Tujuannya antara lain untuk memudahkan masyarakat melakukan akses internet. (2) Menumbuhkan kesadaran masyarakat khususnya tentang pentingnya keberadaan PLIK bagi perbaikan kehidupan masyarakat desa setempat. (3) Mengajak dan mendidik masyarakat menggunakan fasilitas PLIK untuk dimanfaatkan guna memenuhi kebutuhan informasi yang diperlukan. (4) Berupaya memelihara partisipasi masyarakat setempat secara berkelanjutan.

Segmentasi Khalayak

Kata khalayak sangat akrab sebagai istilah kolektif dari penerima dalam model urutan sederhana dari proses komunikasi (sumber, saluran, pesan, penerima, efek) (McQuail 2011, 144). Grunig (1990, 199) menyebutkan beberapa studi yang menunjukkan bahwa program komunikasi dapat berhasil jika kondisi-kondisi spesifik dijumpai. Faktor utama yang paling dibutuhkan untuk menciptakan kondisi tersebut adalah memilih segmen khalayak secara cermat. Terkait dengan segmentasi khalayak, Vogel (Tankard 2005, 233) mengidentifikasi komponen khalayak menjadi

dua kelompok 1) pendukung aktif dan mereka yang berpotensi untuk berubah' 2) yang merupakan calon yang bagus untuk pesan-pesan yang disampaikan. Strategi komunikasi yang berbeda hendaknya digunakan untuk dua target khalayak tersebut. Pendukung aktif perlu menerima pesan menguatkan sehingga dukungan tidak goyang. Mereka yang berpotensi untuk berubah perlu menerima pesan-pesan persuasif yang didesain dengan hati-hati dan mereka perlu penerima pesan itu lebih sering dari pada pendukung aktif.

Pengelola PLIK Nanggulan 2 menjadikan semua warga masyarakat sebagai khalayak sasaran. Dari sekian banyak khalayak yang dihadapi, pengelola PLIK Nanggulan 2 melakukan segmentasi khalayak dengan menggunakan pendekatan aspek demografis dan psikografis. Dari segi prioritas, khalayak yang menjadi sasaran utama adalah para pelajar (pendukung aktif). Sementara khalayak yang menjadi prioritas kedua adalah para petani dan peternak yang masih berusia produktif belum familiar terhadap akses internet (berpotensi untuk berubah). Pada prinsipnya komunikasi yang dijalankan dibagi menjadi dua, yakni komunikasi ke khalayak usia sekolah (SD, SMP dan SMA) serta komunikasi ke khalayak usia kerja yang masih produktif. Pernyataan pengelola PLIK Nanggulan 2 merefleksikan kecenderungan tersebut. Salah satu pengelola PLIK mengatakan sebagai berikut :

"...yang menjadi prioritas utama untuk pelajar dari SD,SMP,SMA... mereka sasaran potensial, sekarang ini kan banyak pelajar yang menggunakan internet untuk belajar dan main game, sedangkan prioritas kedua adalah petani dan peternak baik yang sudah mengenal internet maupun yang belum..." (Sutirno Hadi, 5-7-2012).

Pengelola PLIK Nanggulan 2 berupaya memahami karakteristik khalayak sasaran dengan memperhatikan faktor usia, jenis kelamin, pendidikan, status sosial, dan pekerjaan. Dengan memahami karakteristik khalayak sasaran, kesulitan terkait dengan mengubah kebiasaan-kebiasaan hingga menemukan motivasi dan semangat baru dapat diminimalisir. Pengelola PLIK Nanggulan 2 juga melakukan pemetaan terkait dengan kebiasaan khalayak sasaran terkait dengan waktu pelaksanaan. Pemilihan waktu yang tepat sangat menentukan berhasil tidaknya suatu kegiatan komunikasi. Pada pagi sampai siang hari biasanya khalayak sasaran seperti para pelajar melakukan aktivitas belajar di sekolahnya masing-masing. Demikian juga dengan para petani maupun peternak, mereka melakukan aktivitas yang berkaitan dengan pekerjaannya. Karena alasan tersebut, kegiatan dilakukan pada sore atau malam hari, atau hari libur.

Untuk jangka pendek pengelola PLIK Nanggulan 2 berusaha meraih masyarakat yang sudah familiar dengan media *online* (internet) tapi untuk jangka panjang mereka juga berusaha menanamkan *awareness* bagi pengguna potensial internet. Utamanya untuk segmen usia muda yang belum menggunakan internet agar mengunjungi dan menggunakan fasilitas yang tersedia di "PLIK Nanggulan 2".

Penyusunan dan Metode Penyampaian Pesan

Pesan mempunyai kedudukan sentral yang tidak boleh terabaikan dalam mencapai efektivitas komunikasi. Dalam menentukan tema pesan yang akan disampaikan, menurut Arifin (1984,70-71) ada dua bentuk rumusan tema pesan yang bisa dipakai yakni yang bersifat *one side issue* dan *both side issue*. *One side issue* merupakan rumusan pesan yang bersifat sepihak, yaitu pesan yang berisi hal-hal positif atau hal-hal negatif saja. Pesan hanya berisi konsepsi komunikator saja tanpa mempertimbangkan berbagai pendapat yang berkembang di kalangan khalayak. Sebaliknya *both side issue* merupakan rumusan pesan yang berisi hal positif dan negatif sekaligus. Dalam hal ini rumusan pesan berisi konsepsi komunikator maupun konsepsi yang berkembang pada khalayak

Pihak pengelola "PLIK Nanggulan 2" dalam menyampaikan pesan bersifat *both side issue* di mana tidak hanya hal-hal positif saja yang disampaikan, tetapi hal-hal yang sifatnya negatif juga disampaikan. Sebagaimana penuturan pengelola PLIK Nanggulan 2 sebagai berikut:

".....tidak hanya hal-hal yang baik dari manfaat internet saja yang kita jelaskan tapi juga hal-hal negatif dari internet bila tidak dipergunakan secara benar akan menimbulkan keburukan bagi penggunanya....kesadaran berinternet dengan sehat memang perlu ditumbuhkan sejak dini terutama untuk anak-anak usia sekolah..."(Sutrisno Hadi, 5-7-2012).

Internet selain memberikan kontribusi positif terhadap kesejahteraan dan kemajuan manusia, juga memberikan dampak negatif bagi penggunanya. Tidak seluruh *content* di internet bermanfaat bagi pengguna, ada beberapa *content* yang menjurus pada pornografi, permainan yang cenderung mengundang kekerasan, perjudian dan penipuan. Hal tersebut berpotensi memberikan

pengaruh negatif bagi anak usia sekolah. Untuk itulah pengelola “PLIK Nanggulan 2” senantiasa menyampaikan pesan konten apa saja yang sebaiknya tidak perlu diakses.

Terkait dengan metode penyampaian pesan Arifin (1984,72-78) membedakan berdasarkan dua aspek: menurut cara pelaksanaannya dan bentuk isinya. Menurut cara pelaksanaannya meliputi *redundancy (repetition)* dan *canalizing*. Sedangkan menurut bentuk isinya meliputi *informative*, *persuasive*, *educative* dan *cursive*. Sementara menurut Cassandra, seperti yang dikutip oleh Hafied Cangara (2004,121-125) ada dua model dalam penyusunan pesan yaitu: “penyusunan pesan yang bersifat informatif” dan “penyusunan pesan yang bersifat persuasif”.

Dalam menyampaikan pesan kepada khalayak sasaran, pengelola “PLIK Nanggulan 2” menerapkan metode *canalizing* dengan cara menerjunkan para relawan lokal dan perangkat desa seperti para Dukuh. Relawan lokal dan Dukuh dipandang mengenal dan mengetahui karakteristik warga setempat. Bagi khalayak, sasaran yang sudah familiar terhadap komputer dan akses internet, pesan disampaikan bersifat informatif. Sementara untuk khalayak sasaran yang belum familiar terhadap internet, pesan yang disampaikan bersifat persuasif. Dalam hal ini, pesan yang disusun bertujuan untuk menumbuhkan motivasi khalayak sasaran.

Pemilihan Media

Dalam melakukan komunikasi, komunikator senantiasa dihadapkan pada situasi yang harus memilih media yang tepat dalam menyampaikan pesan. Dengan beragam dan bervariasi bentuk pesan dan informasi yang akan disampaikan, komunikator dituntut untuk menentukan media yang tepat agar proses komunikasi dapat berjalan dengan baik seperti apa yang diharapkan. Pemilihan media dalam strategi komunikasi merupakan pilihan yang ditentukan oleh komunikator terhadap media apa yang dianggap paling cocok dimanfaatkan dalam menyampaikan pesannya. Menurut Littlejohn (2009) setiap media memiliki potensi untuk ritual dan integrasi, tetapi media menjalankan fungsi ini dalam cara yang berbeda. Di samping penyampaian pesan secara langsung tatap muka, “pengelola PLIK Nanggulan 2” dalam penyebarluasan informasi juga menggunakan media, baik media luar ruang: seperti papan nama dan spanduk, juga menggunakan media *online* (internet).

Dalam penyebarluasan informasi keberadaan PLIK di wilayah Desa Banyuroto, disamping dilakukan secara formal langsung tatap muka dalam forum rembuk Desa, pengelola “PLIK Nanggulan 2” juga melakukannya secara non-formal dengan menerjunkan para relawan ke khalayak sasaran. Penyebarluasan informasi keberadaan PLIK Nanggulan 2 di Desa Banyuroto lebih banyak dilakukan secara *gethok tular (word of mouth)*. Dalam terminologi komunikasi, *gethok tular* atau komunikasi dari mulut ke mulut merupakan bentuk komunikasi non-media. Artinya komunikasi yang terjadi dari mulut ke mulut yang berlangsung dalam interaksi tatap muka antara beberapa pribadi. Dalam hal ini para relawan menyampaikan informasi keberadaan “PLIK Nanggulan 2” kepada sanak saudara, tetangga maupun teman-temannya. Salah seorang pelajar SLTA pengguna PLIK Nanggulan 2 memberi pengakuan sebagai berikut:

“mengetahui adanya internet di sini dari teman yang duluan datang ke sini ...katanya mbayarnya agak murah dibanding dengan yang lain....ya saya sering datang ke sini paling tidak seminggu 2 kali, dulu itu aksesnya cepat, tapi sekarang kok lelet tho....” (Hartono, 10-7-2012)

Penuturan di atas menunjukkan proses sebaran informasi tentang keberadaan PLIK secara langsung tatap muka dari mulut ke mulut dari seseorang kepada kenalannya. Kotler (2007, 638) menyatakan bahwa terdapat dua manfaat yang diperoleh pada komunikasi dari mulut ke mulut, yaitu: (1) Komunikasi dari mulut ke mulut bersifat lebih meyakinkan. Kata-kata yang keluar dari mulut merupakan satu-satunya promosi yang berasal dari konsumen dan untuk konsumen. (2) Komunikasi dari mulut ke mulut tidak memerlukan biaya yang mahal.

Selain komunikasi secara *face to face* dengan khalayak, pengelola “PLIK Nanggulan 2” juga memanfaatkan dan mengombinasikan beberapa keunggulan yang dimiliki media luar ruang seperti papan nama dan spanduk, serta media *online* (medium internet). Santoso (2009) membagi beberapa keunggulan media luar ruang meliputi : (1). Menjangkau sasaran, media luar ruang yang dipasang di tempat-tempat umum di tepi jalan pasti akan terlihat khalayak. (2) Frekuensi lebih tinggi, pesan pada media luar ruang bekerja sesuai prinsip dalam periklanan. Karena media luar ruang dapat mengekspos pesan iklan terus menerus kepada khalayak. (3) Penunjuk arah, ditempat tertentu media luar ruang dapat digunakan sebagai menunjuk arah ke suatu tempat yang diiklankan.

(4) Pasangan ideal, media luar ruang dapat memperkuat kampanye periklanan jika digabungkan dengan iklan-iklan di media lain.

Lokasi penempatan media luar ruang sangat mempengaruhi keberhasilan penyampaian pesan, untuk itu pemilihan tempat yang strategis dan pandangan khalayak yang tidak terhalang merupakan pilihan utama. Pengelola “PLIK Nanggulan 2” penempatan papan nama secara permanen ditempatkan di tepi jalan ke arah lokasi PLIK. Penempatan papan nama di tempat strategis tersebut membuat khalayak sasaran yang lalu lalang di sepanjang jalan tersebut terekspos untuk memandang. Hal tersebut diakui oleh salah seorang pengguna PLIK sebagai berikut:

“...saya mengetahui dari papan nama yang dipasang, lha setiap hari saya melewati jalan ini,... melihat papan nama pusat layanan internet kecamatan 500 m, ada lagi papan nama PLIK Nanggulan 2, lha saya jadi tahu disini ada akses internet namanya PLIK...” (Darsono, 9-7-2012).

Letak yang strategis dan desain yang menarik membuat papan nama PLIK mudah dikenali masyarakat. Dalam hal ini papan nama yang dipasang di tepi jalan, menjadi penunjuk arah dalam menyampaikan pesan keberadaan “PLIK Nanggulan 2” kepada masyarakat, serta untuk menarik minat khalayak sasaran untuk penggunaan internet di PLIK tersebut. Sementara pemasangan spanduk di depan lokasi PLIK lebih dimaksudkan untuk memperkuat pesan tentang keberadaan PLIK di wilayah tersebut.

Penyebarluasan informasi tentang keberadaan “PLIK Nanggulan 2”, juga menggunakan media *online* (internet), dengan membangun blog yang beralamat di <http://www.pliknanggulan2.blogspot.com>. Dalam blog tersebut memuat berbagai informasi yang berkaitan dengan “PLIK Nanggulan 2”, seperti: alamat, profil, layanan, kalender kegiatan, foto-foto kegiatan dan lain sebagainya. Penggunaan media *online* (medium internet) dalam hal ini blog “PLIK Nanggulan 2” diposisikan sebagai media untuk membangun citra sebagai salah satu PLIK terbaik yang mendapatkan penghargaan berupa USO Award 2011.

Peranan Komunikator

Dalam proses komunikasi, komunikator memegang peran penting terhadap keberhasilan komunikasi. Ada faktor penting dari komunikator ketika menyampaikan pesan kepada khalayak sasaran, yakni terkait daya tarik sumber (*source attractiveness*) dan kredibilitas sumber (*source credibility*). Agar pesan benar-benar dapat diterima oleh khalayak sasaran, komunikator harus memiliki kredibilitas. Kredibilitas di sini mengandung 2 (dua) unsur, yaitu: pertama adalah keahlian atau *expertise*. Artinya, komunikator harus memiliki keahlian atau kecakapan yang diakui oleh khalayak sasaran. Unsur kedua adalah dapat dipercaya atau *trustworthiness*. Sumber penyampai pesan harus dapat membangun kepercayaan pada khalayak sasaran.

Untuk membangun kredibilitas di mata khalayak sasaran, pengelola “PLIK Nanggulan 2” langsung terjun sendiri bertindak sebagai komunikator. Yang bersangkutan mempunyai modal latar belakang pendidikan IT, dan juga menjadi salah satu tenaga *outsourcing* di Telkom wilayah Yogyakarta. Di samping itu untuk membangun kredibilitas, pengelola “PLIK Nanggulan 2” juga menggandeng relawan sebagai komunikator seperti guru maupun anak muda setempat yang mempunyai kecakapan dalam bidang IT. Sebagai komunikator yang mempunyai modal kemampuan maupun kecakapan dalam bidang IT, pengelola “PLIK Nanggulan 2” mampu membangun kepercayaan khalayak sasaran. Berikut penuturan pengelola “PLIK Nanggulan 2”:

“dalam sosialisasi maupun waktu pelaksanaan pelatihan kami mengajak relawan seperti beberapa guru juga anak muda yang menguasai komputer maupun internet,.. masyarakat percaya kok dengan mereka...” (Sutrisno Hadi, 5-7-2012)

Dari penuturan pengelola “PLIK Nanggulan 2” tersebut dapat dikatakan bahwa perekrutan para relawan sebagai komunikator yang mempunyai kecakapan di bidang TIK menjadi *source credibility*.

Tankard (2005, 49) menyatakan bahwa seorang agen perubahan sering menggunakan pembantu, seringkali direkrut dari populasi lokal, yang biasanya lebih homofili dengan orang-orang yang sedang mereka jangkau. Dalam konteks ini perekrutan tenaga lokal oleh pengelola “PLIK Nanggulan 2” sebagai komunikator dengan pertimbangan disamping dalam rangka pemberdayaan terhadap tenaga lokal, sebagai penduduk lokal para relawan yang direkrut sebagai komunikator dipandang mampu menyesuaikan diri terhadap karakteristik masyarakat, maupun terhadap norma-norma serta nilai-nilai sosial yang dipercaya oleh khalayak setempat. Dengan

demikian dapat dikatakan bahwa perekrutan tenaga lokal yang mempunyai kemampuan di bidang IT merupakan *trustworthiness*. Artinya, sumber penyampai pesan merupakan komunikator yang senantiasa memperhatikan serta menyesuaikan dengan norma-norma maupun tatanan sosial dalam membangun kepercayaan yang berlaku dalam masyarakat.

Di samping mengandeng relawan, pengelola “PLIK Nanggulan 2” juga melibatkan perangkat desa, dalam hal ini para Dukuh yang didaulat menjadi komunikator dalam penyebarluasan informasi yang berkaitan dengan PLIK kepada khalayak sasaran. Realitas tersebut diakui oleh dukuh Angin-Angin:

“...jelek-jelek begini di pedukuhan ini saya dituakan, omongan saya masih dipercaya warga, jadi dukuh harus *pinter-pinter* (pandai-pandai) *ngemong* warga, ...ya saya biasa diminta bantuan untuk berbicara dengan wargasaya dengan mas Tris sering berhubungan...”
(Sudiyono, 6-7-2012)

Di daerah perdesaan biasanya Dukuh merupakan seseorang yang berpengaruh dan ditokohkan oleh lingkungan setempat. Penokohan tersebut karena pengaruh posisi, kedudukan, kemampuan dan kepiawaiannya dalam berbicara. Tindakan dan ucapannya cenderung akan diikuti oleh masyarakat di sekitarnya. Dengan demikian dapat disebutkan bahwa karisma dan status sosial komunikator (perangkat desa/ para dukuh) dalam penyebarluasan informasi terkait dengan PLIK di lingkungan wilayah tersebut menjadi *source attractiveness* di mata target khalayak.

Evaluasi

Setelah melakukan sosialisasi dan pelatihan terhadap kelompok khalayak sasaran, pengelola “PLIK Nanggulan 2” melakukan evaluasi untuk mengetahui keberhasilan komunikasi. Dalam hal ini pengelola “PLIK Nanggulan 2” menerapkan evaluasi pada level sikap dan perilaku khalayak. Pada tingkatan sikap, mengavaluasi bagaimana pengetahuan dan kesukaan khalayak terhadap akses internet. Sedangkan pada tingkat perilaku, mengevaluasi apakah sosialisasi dan pelatihan yang telah dilaksanakan mempengaruhi masyarakat setempat untuk mengakses internet di “PLIK Nanggulan 2”.

Evaluasi pada level sikap dilakukan selama kegiatan sosialisasi dan pelatihan berlangsung dan ketika semua kegiatan sosialisasi dan pelatihan selesai (kombinasi dari *concurrent control* dan *past action control*). Evaluasi *concurrent* dilakukan dengan cara berdiskusi selama rangkaian kegiatan sosialisasi dan pelatihan berlangsung. Adapun yang menjadi bahan diskusi adalah berkaitan dengan tingkat penyerapan khalayak terhadap informasi maupun materi yang diberikan. Sedangkan pengevaluasi umpan balik atau *past action control* dilakukan setelah semua kegiatan sosialisasi dan pelatihan berakhir.

Menurut pengelola “PLIK Nanggulan 2”, kelompok khalayak sasaran nampak antusias selama mengikuti sosialisasi dan pelatihan akses internet, sebagaimana dikatakan pengelola “PLIK Nanggulan 2” sebagai berikut :

“waktu kami melakukan sosialisasi dan pelatihan ya kalau dilihat dari wajahnya nampak kok kalau para peserta bersemangat, pas waktu pelatihan kalau belum jelas belum mengerti tidak sungkan sungkan langsung bertanya, *mas iki piye carane sing di klik nggon endi...*” (Sutrisno Hadi, 5-7-2012).

Penuturan di atas menunjukkan sikap kelompok khalayak sasaran ketika mengikuti sosialisasi dan pelatihan akses internet. Dari bahasa tubuh maupun tutur kata kelompok khalayak sasaran menunjukkan bahwa dengan adanya pertanyaan-pertanyaan yang diajukan mengindikasikan adanya ketertarikan dan keingintahuan, kesadaran dan kepercayaan khalayak. Kondisi yang sudah terbangun ini pada gilirannya dapat menumbuhkan kesukaan, dukungan serta komitmen khalayak untuk bertindak.

Untuk mengevaluasi tingkat perilaku khalayak, pengelola “PLIK Nanggulan 2” melakukan pengamatan terhadap khalayak selama kegiatan sosialisasi dan pelatihan dilaksanakan. Serta berdasarkan dari tingkat kunjungan khalayak dengan menggunakan data daftar kunjungan khalayak sasaran yang memanfaatkan fasilitas PLIK sebagai acuan. Pengelola “PLIK Nanggulan 2” secara berkala setiap bulan melakukan evaluasi terhadap kunjungan khalayak yang mempergunakan fasilitas PLIK. Menurut pengelola “PLIK Nanggulan 2”, kelompok khalayak sasaran usia sekolah rata-rata aktif melakukan kunjungan untuk menggunakan berbagai fasilitas yang tersedia di PLIK. Seperti akses internet, cetak dokumen, jasa pengetikan dan lain sebagainya. Sementara kelompok khalayak sasaran seperti petani dan peternak cenderung kurang aktif

menggunakan fasilitas PLIK. Berikut penuturan pengelola “PLIK Nanggulan 2” :

“.. yang paling sering menggunakan internet di sini para pelajar, setiap hari sekitar 10 sampai 15 orang...ya termasuk yang ikut pelatihan pada sering datang ke sini paling tidak seminggu 2 kaliwah kalau kelompok tani yang ikut pelatihan pada jarang mengakses internet, hanya beberapa orang saja yang kadang-kadang menggunakannya..” (Sutrisno Hadi, 5-7-2012).

Berdasarkan hasil evaluasi pengelola “PLIK Nanggulan 2” terhadap perilaku khalayak terhadap akses internet di PLIK tersebut ditemukan bahwa jumlah kunjungan khalayak melebihi kapasitas perangkat internet yang tersedia (terdapat 5 unit perangkat komputer yang terkoneksi dengan jaringan internet). Akibatnya sering terjadi antrian pengunjung yang akan mengakses internet. Kondisi ini mengundang ketidak nyamanan bagi pengunjung, karena harus antri menunggu giliran. Menyikapi kondisi tersebut, pengelola “PLIK Nanggulan 2” mencari solusi dan berinisiatif menambah 2 (dua) unit perangkat komputer beserta jaringan internet.

PENUTUP

Strategi komunikasi dalam implementasi program USO yang dilakukan oleh “PLIK Nanggulan 2” meliputi proses perencanaan komunikasi, pelaksanaan program dan evaluasi. Perencanaan komunikasi meliputi penentuan tujuan komunikasi, melakukan segmentasi khalayak, penyusunan dan penyampaian pesan, pemilihan media dan peranan komunikator. Program dilaksanakan melalui 2 (dua) cara yakni melakukan sosialisasi dan pelatihan. Sosialisasi tentang PLIK dilaksanakan melalui forum *rembuk* desa dan secara *gethok tular* (*word of mouth*) serta melakukan pelatihan terhadap khalayak yang belum familiar terhadap internet. Sosialisasi juga dilakukan melalui media, yakni media luar ruang dan media *online*. Papan nama yang dipasang menjadi penunjuk arah dalam menyampaikan pesan keberadaan PLIK. Pemasangan spanduk lebih dimaksudkan untuk memperkuat pesan tentang keberadaan PLIK. Penggunaan internet dalam hal ini blog “PLIK Nanggulan 2” diposisikan sebagai media untuk membangun citra. Dalam tahap evaluasi dilakukan dengan mengacu terhadap kunjungan khalayak yang mempergunakan fasilitas PLIK. Hal itu dilakukan melalui pengamatan terhadap khalayak selama kegiatan sosialisasi dan pelatihan, serta tingkat kunjungan khalayak yang memanfaatkan “PLIK Nanggulan 2”.

Rekomendasi

Melalui strategi komunikasi yang dilakukan, pengelola “PLIK Nanggulan 2” dapat mengoptimalkan program USO (PLIK) sesuai dengan harapan. Salah satu indikatornya adalah penghargaan USO Award 2011 dari Kementerian Kominfo sebagai PLIK terbaik di Indonesia. Keberhasilan tersebut hanya merupakan salah satu kasus penerapan strategi komunikasi atas inisiatif pribadi pengelola PLIK bersangkutan. Untuk optimalisasi program USO sudah saatnya Kementerian Kominfo memformulasikan kebijakan terkait dengan strategi komunikasi program USO untuk menjadi acuan bagi pengelola PLIK secara nasional.

Daftar Pustaka

- Arifin, Anwar. 1984. *Strategi Komunikasi: Sebuah Pengantar Ringkas*. Bandung: Armico.
- Cangara, Hafied. 2004. *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Jakarta: Rajawali Pers.
- Littlejohn, Stephen W., Karen A. Foss. 2009. *Teori Komunikasi*. Alih bahasa: Mohammad Yusuf Hamdan, Jakarta: Salemba Humanika.
- McQuail. 2011. *McQuails Mass Communication Theory*. Alih bahasa: Putri Iva Izzati. Jakarta : Salemba Humanika.
- Tankard, Jr., Severin, Werner J, James W. 2007. *Teori Komunikasi: Sejarah, Metode, dan Terapan di Dalam Media Massa*, Cetakan ke-2. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Yin, R. K. 2003. *Studi Kasus: Desain dan Metode*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Pace, R. Wayne, Don F. Faules. 2006. *Komunikasi Organisasi*. Alih bahasa: Deddy Mulyana. Bandung: Rosdakarya.
- Kotler, Philip., and Keller, Kevin Lane. 2007. *Manajemen Pemasaran, edisi ke-12*. Alih bahasa: Benjamin Molan. Jakarta: PT. Indeks.
- Santoso, Sigit. 2009. *Creative Advertising*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Sugiyono. 2007. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.

- Hallahan, K., Holtzhausen, D., van Ruler, B., Veri, D., & Sriramesh, K.. *Defining Strategic Communication. International Journal of Strategic Communication*, 1, (2007): 3-35. sumber : <http://epress.lib.uts.edu.au/journals/index.php/pcr/article/viewFile/1868/1915>, Diakses 4 November 2012.
- Hawamdeh, et.al. *Formulating A Communication Strategi For Effective Knowledge Sharing. Journal of Information Science*. 2004: 12-30. sumber. <http://jis.sagepub.com/content/30/1/12>, diakses 1 November 2012
- Gnaniah et.al., *Communication Patterns of the Long Bedian Community: Implications for the Development of a Telecentre.* Sumber <http://www.unimas.my/ebario/eBarioOrig/output/057.pdf> Diakses 21 Desember 2012